

การประยุกต์ใช้หลักการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบตราสัญลักษณ์และ
บรรจุภัณฑ์ กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด
เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย

Applying community-based design principles for logo and packaging design
hand-woven textile group Ban Wai Lum community, Chiang Kwan
District, Roi Et province
Ekkaluck Saengduenchay

สำนักวิทยาศาสตร์และศิลปดิจิทัล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Institute of Digital Arts and Science Suranaree University of Technology

*Corresponding author. E-mail address: Ekkaluck@sut.ac.th

received: November 11, 2022

revised: May 15, 2023

accepted: July 10, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาหาปัจจัยสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์โดยการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมสำหรับสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด 2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ด้วยการใช้อัตลักษณ์ชุมชนโดยกระบวนการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วม 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลิม จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างดังนี้ 1. กลุ่มผู้ผลิต 2. กลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนฝ่ายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด 3. กลุ่มผู้บริโภค โดยใช้เครื่องมือทางการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และการบันทึกการสนทนากลุ่ม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบนั้นมีรูปแบบและสีที่มีความเหมาะสม มีองค์ประกอบที่ลงตัว แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชุมชน มีความเรียบง่ายและสวยงาม เหมาะสำหรับการนำไปใช้งาน ซึ่ง ผลของการศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น พบว่า ด้านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์นั้นมีความพึงพอใจสูงที่สุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.74) ประกอบด้วย การให้รายละเอียดที่ครบถ้วน แบบอักษรที่อ่านทำความเข้าใจได้ง่าย รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนและสวยงามเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า รองลงมา คือ ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.80) ประกอบด้วย ความสะดวกต่อการใช้งาน ความเหมาะสมต่อรูปแบบสินค้า ด้านการสื่อสารทางการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.79) ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างความประทับใจชวนให้ซื้อช่วยส่งเสริมมูลค่าให้กับสินค้า การสื่อสารถึงผลิตภัณฑ์สินค้าได้ชัดเจน ความเป็นเอกลักษณ์จดจำง่าย ตามลำดับ ผลรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.78)

คำสำคัญ: การออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วม การออกแบบตราสัญลักษณ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ABSTRACT

This research aims to 1. To study the key factors in the design of the logo and packaging designs by applying community-based design principles for Handwoven products Hand-woven textile group Ban Wai Lum Community Chiang Kwan District Roi Et Province. 2. To design the logo and packaging for handwoven textile products using the community emblem, applying a design process that involves community participation. 3. To study the satisfaction of the stakeholder towards packaging prototype of Handwoven products Hand-woven textile group Ban Wai Lum Community Chiang Kwan District Roi Et Province. This research consisted of the following sample groups: 1. Producer group 2. Community Development Officers (Product Promotion Department of Chiang Kwan District Roi Et Province) 3. Consumer groups the research tools were interview forms and group discussion recordings. The results of the research found that the designed logo pattern has a suitable pattern and color. has the right components The logo represents the identity of the community; it is simple and beautifully suitable for use. The results of the study on the satisfaction of stakeholders towards the designed packaging showed that the details on the packaging were the most satisfying. with an average of ($\bar{X}$ = 4.44, S.D. = 0.74). It's consisted of complete product details fonts that are easy to read and understand the graphics on the packaging represent the identity of the community and are beautiful and suitable for the product style. followed by the form of packaging were satisfied at the high level with an average of ($\bar{X}$ = 4.31, S.D. = 0.80) It consisted of ease of use and Product suitability. Marketing Communication was satisfied at a high level with an average of ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.79) It consisted of the packaging creating an impression that invites you to buy and enhances the value of the product. Communicating the product clearly, it is unique, and easy to remember, respectively. The overall satisfaction with the packaging design was at a high level with an average of ($\bar{X}$ = 4.31, S.D. = 0.79)

Keywords: Community-based design, Logo design, Packaging design

บทนำ

กลไกหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาประเทศไทยคือการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความมั่นคงแข็งแรง เพื่อพัฒนาและยกระดับประเทศ ให้มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงด้วยการส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชน ให้มีศักยภาพสามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งจะนำไปสู่ทางออกของการแก้ไขปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และความไม่เสมอภาค ตามเป้าหมายการพัฒนาของยุทธศาสตร์ชาติ (พหัยชนก คตะสมบุรณ์, 2563) โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นหนึ่งในโครงการที่ช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของรัฐบาล ซึ่งมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ช่วยสร้างเสริมช่องทางการตลาดให้แก่สินค้าจากชุมชนต่าง ๆ ภายในประเทศ ในปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจากชุมชนต่าง ๆ เป็นจำนวนมากกว่า 87,400 ราย ที่เข้าร่วมในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ OTOP มากถึง 186,356 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งในจำนวนนั้นมีกลุ่มของผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าจำนวน 34,667 ผลิตภัณฑ์ซึ่งคิดเป็น 18.6% ของจำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP จากทั่วประเทศเป็นอันดับที่ 2 รองจากผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2562) จากสถิติดังกล่าวจะเห็นได้ว่าประเทศไทยนั้นมีผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการชุมชนในโครงการ OTOP อยู่เป็นจำนวนมาก หากแต่ในความเป็นจริงนั้นมีผลิตภัณฑ์เพียงแค่ 4.95 % เท่านั้นที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับ A (Quadrant ABCD) ในการที่จะผลักดันให้สินค้า OTOP นั้นสามารถพัฒนาศักยภาพทางด้านการตลาดเพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับคนในชุมชนได้นั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาเอกลักษณ์ความเป็นแบรนด์ให้เกิดขึ้นกับสินค้า ใช้เส้นทึบ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ซึ่งช่วยเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ตามความต้องการ (Demand driven local economy) (เอนก ไยอินทร์ และคณะ, 2564) ให้แก่ชุมชนในอย่างยั่งยืน

จังหวัดร้อยเอ็ดนั้นถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีนโยบายการให้การสนับสนุนผู้ประกอบการชุมชนอย่างจริงจัง โดยเฉพาะด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมสินค้าประเภท ผ้าทอมือ โดยจังหวัดร้อยเอ็ดมีลายผ้าทอประจำจังหวัดที่มีชื่อเสียงคือ ทอผ้าลายสาเกตุ จัดได้ว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่ออย่างหนึ่งของจังหวัดร้อยเอ็ด แสดงให้เห็นวัฒนธรรมการทอผ้าที่ได้รับการสืบทอดกันมา

ยาวนาน ชาวบ้านซึ่งใช้เวลาว่างหลังจากการทำงานเกษตร ทอผ้าไว้สำหรับใช้ในครัวเรือน ผ้าทอมือร้อยเอ็ดนั้นได้รับการยกย่องว่าเป็นผ้าที่มีคุณภาพดี มีมือทอประณีต ออกแบบลวดลายได้สวยงาม เป็นรูปแบบที่สืบทอดการทอผ้าแบบโบราณ (ธนิศา แผลมฉลาด และ โฆสิต พงสร้อย, 2563) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากกลุ่มชาติพันธุ์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน หลายกลุ่มอาทิ เช่น กลุ่มเชื้อสายลาว กลุ่มเชื้อสายผู้ไท และกลุ่มเชื้อสายเขมร เป็นต้น ชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ดนั้นเป็นหนึ่งในชุมชนได้รับอิทธิพลของกลุ่มชาติพันธุ์เชื้อสายลาวและผู้ไท มีวัฒนธรรมประเพณีและความเชื่อชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่เรียบง่าย ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตร ชุมชนมีการอนุรักษ์การทำผ้าทอมือจากรุ่นสู่รุ่น และมีการจัดตั้งกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ผลิตสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือที่มีเอกลักษณ์ มีรูปแบบที่โดดเด่น ซึ่งเป็นผลจากภูมิปัญญาชุมชนและการพัฒนาแบบตัดเย็บและนำเอาความรู้ใหม่ ๆ กลับมาพัฒนาการผลิตสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและเป็นอาชีพทางเลือกที่ช่วยเสริมรายได้ในยามว่าง ซึ่งจากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลและการสอบถามหัวหน้ากลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม คุณแม่ เข้มพร ศรีภา พบว่าปัญหาหนึ่งของทางกลุ่มผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม คือการที่ยังไม่มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ สำหรับสินค้าของกลุ่ม เพื่อช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์และแสดงถึงอัตลักษณ์ของความเป็นชุมชนลงไปเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าของชุมชน ซึ่งบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งทางการตลาดในยุคปัจจุบัน (กันต์ชนก เขียว, 2560) ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อสินค้านั้น ๆ ช่วยสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่สำคัญทางการตลาด และในสังคมยุคปัจจุบันนั้นตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์กลายเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารทางวัฒนธรรมของสังคมสมัยใหม่ แสดงถึงความสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อความเชื่อมโยงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชนผ่านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชุมชน

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความความสนใจที่จะทำการศึกษา บริบทของชุมชนบ้านห้วยหลิมในด้านต่าง ๆ เพื่อหาปัจจัยสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือของชุมชนบ้านห้วยหลิม โดยการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งกระบวนการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมนั้นทำให้ทราบถึงข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นประโยชน์ในการออกแบบ จากข้อเท็จจริงที่ว่าคนในชุมชนนั้นเข้าใจปัญหาและความต้องการของตนเองได้ดีที่สุด (Bora, 2022) ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจถึงปัจจัยสำคัญสำหรับการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์และสื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นชุมชนได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ได้ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน โดยผู้วิจัยจะนำเอาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบ ไปประเมินเพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงผลความพึงพอใจในการใช้งานด้านต่าง ๆ และเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาหาปัจจัยสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์โดยการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมสำหรับสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ด้วยการใช้อัตลักษณ์ชุมชนโดยกระบวนการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วม
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลิม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่การศึกษาปัจจัยสำคัญเพื่อใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปจากผ้าทอของกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด โดยที่ผู้วิจัยได้มีการกำหนดขอบเขตในการวิจัยดังนี้

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ในการทำการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนในการหาประเด็นที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปหาปัจจัยสำคัญในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ซึ่งเป็นสินค้าของกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด

2. **ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย** ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกพื้นที่วิจัยด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นหนึ่งในจำนวนร้อยละหนึ่งชุมชนที่ผ่านการคัดเลือกในกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โครงการสืบสานตำนานศิลป์ ผ้าถิ่นไทร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นกลุ่มที่ทักษะแปรรูปผ้าทอมือ ได้อย่างโดดเด่นมีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอมือหลากหลายชนิด ตัวอย่างเช่น เสื้อผ้า กระเป๋าสะพาย และของใช้จิพละอื่น ๆ ซึ่งที่กลุ่มก็ยังมีความต้องการในการพัฒนาทางด้านการสร้าง อัตลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าชุมชนและยินดีที่จะให้ความอนุเคราะห์ในการรวบรวมข้อมูลและมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ร่วมกับทีมวิจัยอีกด้วย

3. **ขอบเขตด้านการออกแบบ** ได้แก่ 1. ตราสัญลักษณ์เพื่อใช้บนป้ายสินค้า ผ้าทอมือแปรรูป ชุมชนบ้านห้วยหลิม 2. บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าผ้าทอมือแปรรูป ชุมชนบ้านห้วยหลิม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มผู้ผลิต: ผู้นำและสมาชิกกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 7 คน
2. กลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน: เจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 3 คน
3. กลุ่มผู้บริโภค: ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาร่วมในงานกิจกรรมการแสดงผลสำเร็จ “โครงการสืบสานตำนานศิลป์ ผ้าถิ่นไท ร้อยเอ็ด” ระหว่างวันที่ 15-19 ธันวาคม 2564 ณ ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ร้อยเอ็ด จำนวน 90 คน เพื่อศึกษาผลประเมินความพึงพอใจในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับข้อมูลต่างด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทางและความต้องการในการพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ และข้อมูลทางด้านเรื่องราวและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด
2. บันทึกการสนทนากลุ่ม กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม และกลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ฝ่ายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด ในด้านความคิดเห็นด้านการออกแบบภาพร่างก่อนการผลิตเป็นต้นแบบของตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นใช้แนวทางในการพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลิม จังหวัดร้อยเอ็ด
3. แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นสำหรับสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลิม จังหวัดร้อยเอ็ด

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) ร่วมกับการตรวจสอบเชิงสามเส้าของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และการออกแบบที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการออกแบบ (Human-centered design) เพื่อใช้สร้างเป็นกรอบของขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย เพื่อการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมและเรื่องราวของชุมชน มาสร้างให้เกิดจุดเด่น ความแตกต่างในการออกแบบสร้างมูลค่าให้กับงานออกแบบ (พลเดช เชาวรัตน์ และคณะ, 2565) โดยที่ผู้วิจัยมุ่งเน้นถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้ ซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานวิจัยนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้ 1. กลุ่มผู้ผลิต จำนวน 7 คน 2. กลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนฝ่ายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 3 คน 3. กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 90 คน ซึ่งรวมทั้ง 3 กลุ่มแล้วเป็นจำนวน 100 คน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนตามหลักของกระบวนการ Design thinking ดังต่อไปนี้

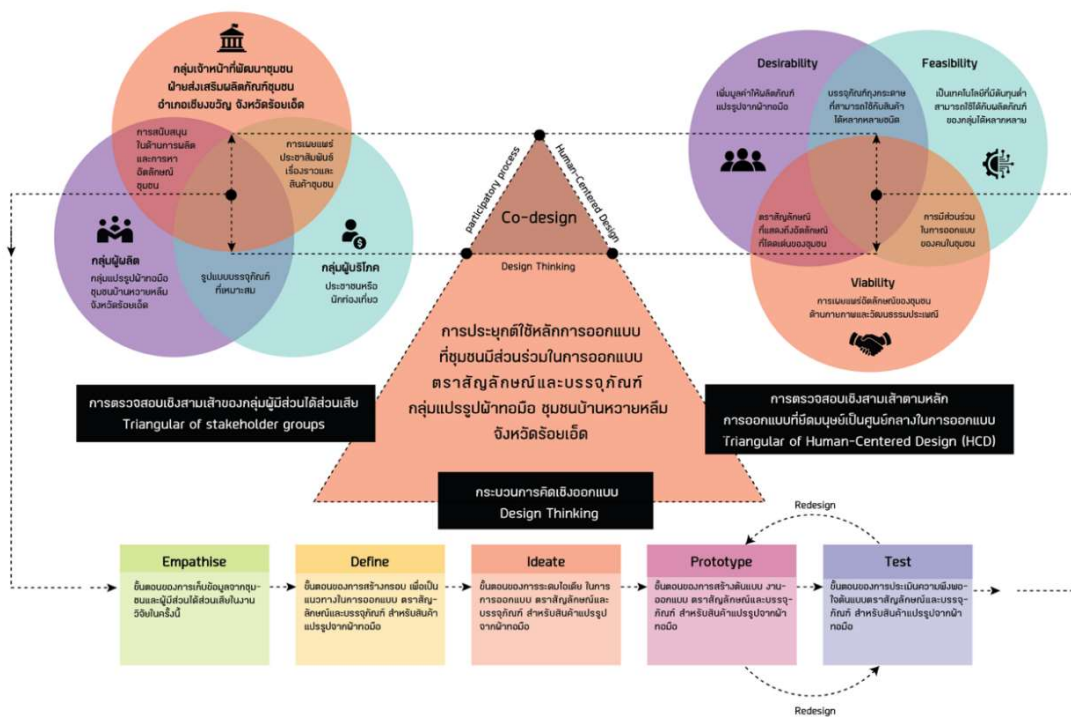
1. **Empathize** ขั้นตอนของการศึกษาข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจบริบทของชุมชนบ้านห้วยหลิม จังหวัดร้อยเอ็ด ในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านวัฒนธรรมประเพณีเรื่องเล่าชุมชน ด้านสถาปัตยกรรมชุมชน ด้านชีวิตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตในชุมชน รวมไปถึงการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือวิจัยเพื่อนำเอาข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นกรอบในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลิม จังหวัดร้อยเอ็ด

2. Define ขั้นตอนของการนำความรู้ความเข้าใจและข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 มากำหนดเป็นกรอบในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลึม จังหวัดร้อยเอ็ด โดยที่ในขั้นตอนนี้ได้มีการสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตซึ่งเป็น ผู้นำและสมาชิกกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลึม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 7 คน และ กลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนฝ่ายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 3 คน เพื่อร่วมกันกำหนดกรอบแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านห้วยหลึม และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้กับสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลึม จังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีความหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. Ideate ขั้นตอนของการระดมไอเดียภายใต้กรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 2 และเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของแต่ละแนวคิดเพื่อให้ได้แนวคิดที่ดีที่สุดเพียงหนึ่งเดียว ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่เปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มของเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนได้มีส่วนร่วมกันไปพร้อมกับทีมผู้วิจัยก่อนจะนำแนวคิดที่ได้ไปออกแบบเป็น ต้นแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลึม จังหวัดร้อยเอ็ด ในขั้นตอนต่อไป

4. Prototype ขั้นตอนของการนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้จากการศึกษาในผ่านขั้นตอนที่ 1-3 มาใช้เป็นสร้างต้นแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลึม จังหวัดร้อยเอ็ด

5. Test ขั้นตอนของการทดสอบความพึงพอใจของต้นแบบบรรจุภัณฑ์ สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลึม จังหวัดร้อยเอ็ด โดยการประเมินเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัย จำนวน 100 คน



ภาพ 1 การประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) ร่วมกับการตรวจสอบเชิงสามเส้าของกลุ่มผู้มีส่วนเสีย และการออกแบบที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการออกแบบ (Human-centered design) เพื่อใช้สร้างเป็นกรอบในกระบวนการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ชุมชนมีส่วนร่วม
ที่มา : เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย, 2565

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลในการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสัญลักษณ์ 3 รูปแบบจากกรอบแนวคิดที่ได้จากขั้นตอนการ Ideate และนำเอารูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นมาเข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วมด้วยเสนอต่อกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เพื่อประเมินและสรุปผลงานการออกแบบตราสัญลักษณ์ ด้วยวิธีการสนทนากลุ่มเพื่อสรุปผลการออกแบบเพื่อหารูปแบบตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปใช้บนบรรจุภัณฑ์ต่อไป

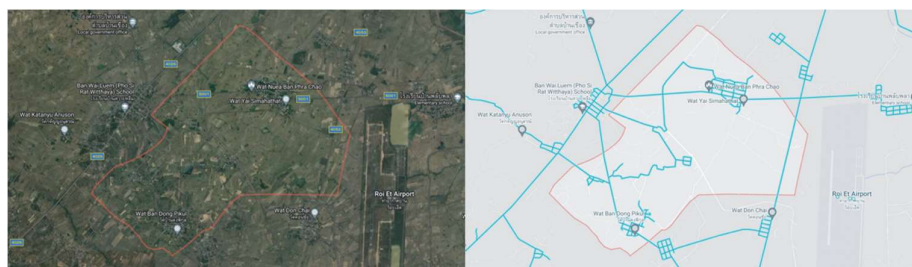
การวิเคราะห์ข้อมูลในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ หลังจากผู้วิจัยได้ผลสรุปการออกแบบตราสัญลักษณ์แล้วขั้นตอนต่อไปผู้วิจัยได้ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตามหลักของกระบวนการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้ต้นแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนในด้านต่าง ๆ ก่อนการนำไปประเมินความพึงพอใจในลำดับถัดไป

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือทางการวิจัยเพื่อสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของชุมชนบ้านห้วยหลิม จังหวัดศรีสะเกษ จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 100 คน และวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจด้วยค่าสถิติค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคะแนนความพึงพอใจ โดยแบ่งเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

- 4.50-5.00 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 3.50-4.49 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมาก
- 2.50-3.49 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 1.50-2.49 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อย
- 1.00-1.49 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเพื่อหาปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์โดยการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมสำหรับสินค้าผ้าทอมือแปรรูป กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งผลจากการศึกษาด้วยวิธีการทบทวนวรรณกรรม การสังเกต การสัมภาษณ์และการทำกิจกรรมสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน พบว่าลักษณะที่ตั้งของชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ นั้นมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม ซึ่งตำบลพระเจ้าอยู่ห่างจาก อำเภอยางชุมน้อย ระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร ตำบลพระเจ้า มีพื้นที่ 22.38 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 13,987.5 ไร่ (องค์การบริหารส่วนตำบลพระเจ้า, 2562) ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพทำการเกษตร โดยเฉพาะการทำนาข้าวและการปลูกพืชผักสวนครัวขาย รองลงมาคือการทำอาชีพรับจ้างทั่วไป นอกจากนั้นแล้วยังมีประชากรส่วนหนึ่งที่ทำอาชีพการทอผ้าทอมือเพื่อเลี้ยงชีพ โดยที่ประชากรกลุ่มนี้ได้มีการร่วมกันจัดตั้งเป็นกลุ่มทอผ้าผลิตขายผ้าทอมือ



ภาพ 2 ภาพเปรียบเทียบระหว่างภาพถ่ายดาวเทียมและแผนที่แสดงพื้นที่และเส้นทางการจราจรของ

ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps>, 2565

ซึ่งมีประธานกลุ่มเป็น นางเข็มพร ศรีภา และมีสมาชิกในกลุ่มประมาณ 6 คน ซึ่งได้ช่วยกันทอผ้าและนำมาแปรรูปเพื่อเป็นสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่า โดยที่มีสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือหลากหลายประเภท อาทิเช่น ผ้าคลุมไหล่ กระเป๋ารูปแบบต่าง ๆ สินค้าเครื่องประดับสตรีจากผ้าขาวม้าและผ้าฝ้ายทอมือ เป็นต้น โดยที่ประธานกลุ่มทำหน้าที่เป็นผู้ออกแบบการตัดเย็บจากนั้นจึงถ่ายทอดวิธีการผลิตให้กับสมาชิกในกลุ่ม เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่สมาชิกซึ่งเป็นคนในชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นการสอนให้เกิดทักษะที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ต่อยอดได้ จากการสังเกตผู้วิจัยพบว่าสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือของกลุ่มนั้น มีรูปแบบที่มีความแปลกใหม่ จากสินค้าผ้าทอมือแปรรูปของพื้นที่อื่น ๆ และเมื่อสอบถามจึงทำให้ทราบว่า เป็นผลมาจากความคิดสร้างสรรค์ของ ประธานกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มร่วมกันคิดออกแบบเพื่อให้สินค้าจนเป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มลูกค้าผู้บริโภค โดยที่กลุ่มมีช่องทางการจำหน่ายผ่านการนำสินค้าไปจัดแสดงและออกจำหน่ายตามงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานรัฐได้จัดขึ้นและบางครั้งได้มีการนำไปขายผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อช่วยให้สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือของกลุ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น หากแต่ทางกลุ่มยังขาดในเรื่องของการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นแบรนด์ให้กับสินค้า เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนผ่านสินค้าของกลุ่มทอผ้า ชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งการที่ขาดอัตลักษณ์ที่ชัดเจนทำให้บ่อยครั้ง คนมักจะเข้าใจผิดนึกว่าเป็นกลุ่มทอผ้าไหม บ้านห้วยหลิม ตำบลมะขาม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งมีชื่อว่า “บ้านห้วยหลิม” เช่นเดียวกัน



ภาพ 3 ผลิตภัณฑ์กระเป๋ายามหัวแบบพับเก็บได้เป็นพวงกุญแจรูปเสื้อ หนึ่งในผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือของกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ
ที่มา : เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย, 2565

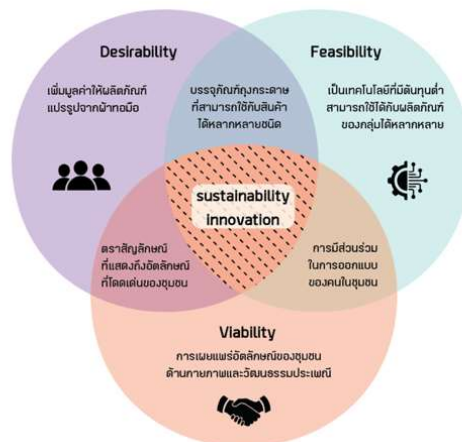
หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทั่วไปและทำการสัมภาษณ์ การทำกิจกรรมการสนทนากลุ่มและการถอดบทเรียนร่วมกับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ และกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นปัจจัยสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ตามหลักของการออกแบบที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการออกแบบ ซึ่งเป็นวิธีการในการแก้ไขปัญหาด้วยการออกแบบ ที่สามารถช่วยให้ชุมชนพิจารณาถึงสิ่งที่เป็นไปได้ในทางเทคนิคที่นำไปใช้ได้จริงด้วยสมดุลของหลักองค์ประกอบ 3 อย่างคือ 1. ความเป็นที่ต้องการของมนุษย์ซึ่งเป็นผู้ใช้งาน (Desirability) 2. ความเป็นไปได้ทางด้านธุรกิจ (Viability) 3. ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี (Feasibility) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกที่จะประสบความสำเร็จและยั่งยืน (IDEO.org, 2558) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านความเป็นที่ต้องการของมนุษย์ซึ่งเป็นผู้ใช้งาน (Desirability) ทางกลุ่มผู้ผลิตและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนมีความต้องการในการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอมือซึ่งเป็นสินค้าของทาง กลุ่มกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

2. ด้านความเป็นไปได้ทางด้านธุรกิจ (Viability) ทางกลุ่มผู้ผลิตและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนมีเห็นว่าหากจะเพิ่มยอดขายไปสู่กลุ่มผู้ซื้อสินค้าได้อย่างยั่งยืนนั้น ควรที่จะเผยแพร่อัตลักษณ์ความเป็นชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยางชุมน้อย ให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มผู้บริโภคโดยการสอดแทรกลงไปในกระบวนการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของบ้านห้วยหลิม ทั้งในด้านกายภาพและทางด้านวัฒนธรรมประเพณี เพื่อให้เกิดมูลค่าทางจิตใจแก่กลุ่มผู้บริโภคและเกิดโอกาสทางด้านธุรกิจแก่สินค้าผ้าแปรรูปของบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อย่างยั่งยืน

3. ด้านความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี (Feasibility) ทางกลุ่มผู้ผลิตและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนมีเห็นว่า ตราสัญลักษณ์ของสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือของกลุ่ม ควรที่จะถูกนำไปใช้ต่อยอดในบรรจุภัณฑ์ได้ด้วยเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องทางการออกแบบ

และเกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้งาน และบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมานั้นควรมีรูปแบบการนำไปใช้ได้กับสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือของกลุ่มได้อย่างครอบคลุม มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ กลุ่มผู้ผลิตสามารถที่ผลิตซ้ำได้ด้วยตนเอง และบรรจุภัณฑ์สามารถให้รายละเอียดต่าง ๆ ของกลุ่มกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ด ได้อย่างครบถ้วน



ภาพ 4 การตรวจสอบเชิงสามเส้าตามหลัก การออกแบบที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการออกแบบ
ปรับจากแผนภูมิจากหนังสือ The Field Guide to Human-Centered Design
ที่มา : เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย, 2565

2. ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบด้วย

ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์ จากกิจกรรมการสนทนากลุ่มและการถอดบทเรียนร่วมกับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ด และกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ด ทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้เป็นกรอบเพื่อสร้างแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือดังนี้

1. ต้องการตราสัญลักษณ์สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของความเป็นชุมชน บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ดได้ในด้านวัฒนธรรมความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องเล่าพื้นถิ่นของพญานาค และวัดซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชน
2. ต้องการให้ตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบนั้นบ่งบอกถึงพื้นที่อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อให้ผู้ใช้สามารถแยกพื้นที่ออกได้ช่วยลดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับบ้านห้วยหลิม ที่อยู่ตำบลมะบ้า อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีการเข้าใจผิดกันอยู่บ่อย ๆ

3. ต้องการได้ตราสัญลักษณ์ที่ช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือของบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ด และสามารถนำตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบไปใช้ต่อยอดบนบรรจุภัณฑ์ได้ โดยที่หลังจากที่ได้กรอบแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือของกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ด แล้วผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลต่าง ๆ ของชุมชนบ้านห้วยหลิม ที่ได้จากการศึกษามาพัฒนาออกแบบเป็นตราสัญลักษณ์ โดยมีกลุ่มผู้ผลิตซึ่งเป็นคนในชุมชนและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน อำเภอยะรัง จังหวัดร้อยเอ็ด มาให้ข้อมูลสำคัญในกระบวนการของการมีส่วนร่วมในการออกแบบ จนได้มาเป็นแนวความคิดที่เอาความเชื่อเรื่องพญานาค ที่คนในชุมชนให้ความเคารพนับถือทั้งยังมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ในเรื่องเล่าของชุมชนบ้านห้วยหลิม ว่ามีพญานาค 2 ตน คอยเฝ้าคุ้มประตูดั้งบังบดเพื่อปกป้องและดูแลคุ้มครองผู้คนในชุมชนบ้านห้วยหลิม ความเชื่อนี้สืบทอดกันมาในชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น และในปัจจุบันได้กลายเป็นพิธีบวงสรวง พญานาคราชคุ้มประตูดั้งบังบด บ้านห้วยหลิม ต.พระเจ้า อ.ยะรัง จ.ร้อยเอ็ด ที่ยังคงปฏิบัติอยู่



ภาพ 5 พิธีบวงสรวงพญานาคราชชุมประตั่วัดบังบด บ้านห้วยหลิม ต.พระเจ้า อ.เชียงขวัญ จ.ร้อยเอ็ด
จาก YouTube Chanel: ก้อนคำ อีสานบ้านแมด
ที่มา : จักรพันธ์ บุญอนันต์, 2564

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยนำเอาลักษณะทางกายภาพของ วัดบังบด บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด และ พญานาค ซึ่งเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ความเคารพนับถือมาดัดทอน ให้เกิดเป็นรูปทรง รูปทรงธรรมชาติ (Organic form) ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่ารูปทรงธรรมชาตินั้นสร้างที่ผลดีต่อความชอบของผู้บริโภค (Debra Riley, 2015) และใส่รายละเอียดตามที่กลุ่มผู้ผลิตและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ได้เสนอแนะว่าต้องการให้มีคำว่า “บ้านห้วยหลิม” และคำว่า “เชียงขวัญ” ซึ่งเป็นชื่ออำเภอ เพื่อให้ตราสัญลักษณ์นั้นสามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของความเป็นชุมชนบ้านห้วยหลิม อำเภอเชียงขวัญ ได้อย่างชัดเจนไม่เกิดความสับสนในด้านพื้นที่อำเภอซึ่งเป็นที่ตั้งของ บ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด ในการเลือกใช้สีกับตราสัญลักษณ์นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้ชุดสี 3 คือสี แดง น้ำตาลอ่อน และ เทา โดยที่สีแดงนั้นเป็นสีที่เป็นความต้องการที่กลุ่มผู้ผลิตนั้นต้องการให้มีอยู่ในตราสัญลักษณ์เนื่องจากเป็นสีประจำกลุ่มและสื่อถึงพลังความสามัคคี และความกระตือรือร้น ของกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือบ้านห้วยหลิม หลังจากได้ตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบมา 3 รูปแบบ ดังภาพประกอบที่ 6 แล้วผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลตราสัญลักษณ์ทั้ง 3 รูปแบบ ไปประเมินเพื่อหาตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมกับการใช้งานที่สุดกับกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่มีความเหมาะสมกับการใช้งานคือ ตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 3 โดยที่ทั้งกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนมีความเห็นตรงกันเป็นเอกฉันท์ เนื่องจากมีรูปแบบของการให้ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนบ้านห้วยหลิม ที่ถูกต้องทั้งยังมีการกำกับข้อมูลบนตราสัญลักษณ์ว่าเป็น อำเภอเชียงขวัญ และ บ้านห้วยหลิม ซึ่งครบถ้วนตามที่กลุ่มต้องการ ตราสัญลักษณ์มีความเป็นเอกลักษณ์ สามารถสื่อสารถึงสถานที่สำคัญของชุมชนอย่าง วัดบังบด ที่ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชนบ้านห้วยหลิม ตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบสามารถนำไปใช้งานได้ทั้งในรูปแบบการนำไปใช้บนบรรจุภัณฑ์ หรือการใช้งานต่อยอดในด้านอื่น ๆ เช่นการนำไปใช้บนสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ หรือการใช้ตราสัญลักษณ์บนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีผลกระทบต่อรูปแบบการค้าการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) (อรรถศิษฐ์ พัฒนะศิริ และ วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ, 2559) ที่เป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญในยุคปัจจุบันของสินค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (Otop) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงภูมิปัญญาไทยและบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นท้องถิ่นนั้น ๆ (วลัยลักษณ์ อัครวิวงศ์, 2550)

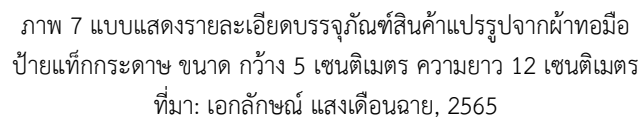


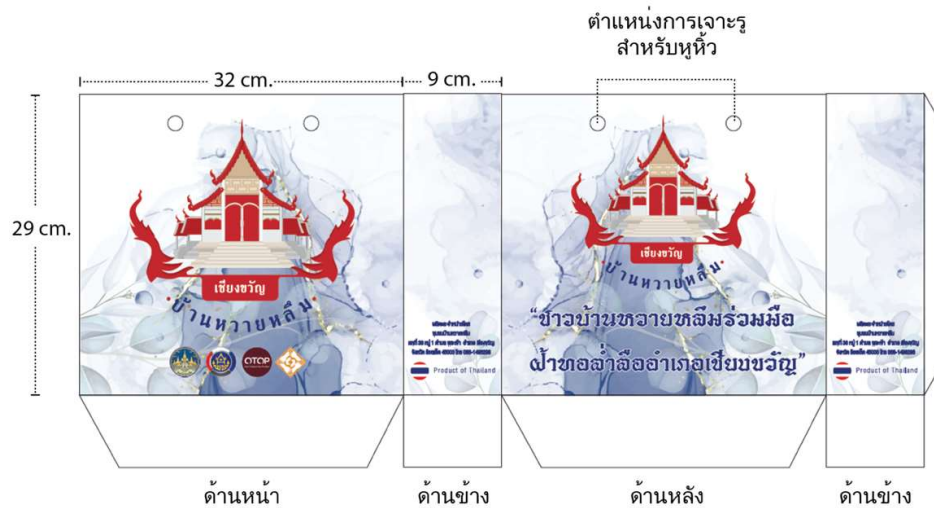
ภาพ 6 ภาพตราสัญลักษณ์ กลุ่มแปรรูปจากผ้าทอมือ
ชุมชนบ้านห้วยหลิม จังหวัดร้อยเอ็ด 3 รูปแบบที่ออกแบบขึ้นใหม่
ที่มา : เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย, 2565

Figure 1 illustrates the design of the product label for 'Ban Hwang Thong' (บ้านหวงทอง) brand. The figure shows two views of the label: the front (ด้านหน้า) and the back (ด้านหลัง).

The front view (ด้านหน้า) features a traditional Thai temple icon at the top, the brand name 'บ้านหวงทอง' (Ban Hwang Thong) in a red banner, and the product name 'ข้าวบาร์เลย์อบแห้งพร้อมเมล็ด' (Roasted Barley with Seeds) in Thai. Below this is the text 'อ่าวทองสามัคคีตำบลห้วยเม็ก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์' (Ong Thong Samakhee Sub-town Huay Mek, Ban Hwang Thong Sub-town, Ban Hwang Thong Sub-town, Ban Hwang Thong Sub-town, Ban Hwang Thong Sub-town). The back view (ด้านหลัง) shows the same temple icon and brand name, followed by a price table with columns for Price, Quantity, and Unit. Below the table is a paragraph of Thai text and a list of logos including Thai government and agricultural organizations.

Dimensions are indicated: 5 cm for the top section and 12 cm for the main body.





ภาพ 8 แบบแสดงรายละเอียดบรรจุภัณฑ์สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ
ถุงกระดาษแบบร้อยหูหิ้ว ขนาด กว้าง 32 เซนติเมตร สูง 29 เซนติเมตร ลึก 9 เซนติเมตร
ที่มา : เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย, 2565



ภาพ 9 บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ
ชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด
ที่มา : เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย, 2565

3.ผลการความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ
ชุมชนบ้านห้วยหลิม ตำบลพระเจ้า อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ
ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 100 คน

ตารางที่ 1 ผลความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น

	รายการ	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
		$\bar{X}$	S.D.	
1	ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์			
	1.1 บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกต่อการใช้งาน	4.67	0.71	มากที่สุด
	1.2 บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อรูปแบบสินค้า	4.26	0.86	มาก
	1.3 บรรจุภัณฑ์รูปทรงและขนาดที่เหมาะสมต่อการใช้งาน	4.14	0.80	มาก
	1.4 บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพที่ดีช่วยปกป้องสินค้าได้	4.27	0.76	มาก
	ผลรวมด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	4.31	0.80	มาก
2	ด้านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์			
	2.1 บรรจุภัณฑ์มีการให้รายละเอียดที่ครบถ้วน	4.65	0.70	มากที่สุด
	2.2 บรรจุภัณฑ์มีการใช้แบบอักษรที่อ่านทำความเข้าใจได้ง่าย	4.70	0.64	มากที่สุด
	2.3 มีรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน	4.15	0.83	มาก
	2.4 มีรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า	4.25	0.78	มาก
	ผลรวมด้านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์	4.44	0.74	มาก
3	ด้านการสื่อสารทางการตลาด			
	3.1 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างความประทับใจชวนให้ซื้อ	4.26	0.81	มาก
	3.2 บรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยส่งเสริมมูลค่าให้กับสินค้า	4.13	0.77	มาก
	3.3 บรรจุภัณฑ์สื่อสารถึงผลิตภัณฑ์สินค้าได้ชัดเจน	4.09	0.83	มาก
	3.4 บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์จดจำง่าย	4.29	0.74	มาก
	ผลรวมด้านการสื่อสารทางการตลาด	4.19	0.79	มาก
	ผลรวม	4.31	0.78	มาก

จากตารางที่ 1 ผลความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น ผลรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.31) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.78) ซึ่งสามารถแจกแจงโดยการเรียงลำดับ 3 ด้าน ดังนี้

ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.31) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.80) โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกต่อการใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.67) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.71) รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพที่ดีช่วยปกป้องสินค้าได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.27) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.76) บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อรูปแบบสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.26) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.86) บรรจุภัณฑ์รูปทรงและขนาดที่เหมาะสมต่อการใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.80) ตามลำดับ

ด้านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.44) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.74) โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์มีการใช้แบบอักษรที่อ่านทำความเข้าใจได้ง่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.70) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.64) รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์มีการให้รายละเอียดที่ครบถ้วน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.65) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.70) มีรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.25) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.78) มีรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.15) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.83) ตามลำดับ

ด้านการสื่อสารทางการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.79) โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์จดจำง่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.29) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.74) รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างความประทับใจชวนให้ซื้อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.26) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.81) บรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยส่งเสริมมูลค่าให้กับสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ

มาก ($\bar{X} = 4.13$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.77) บรรจุภัณฑ์สื่อสารถึงผลิตภัณฑ์สินค้าได้ชัดเจน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.83) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทางภูมิศาสตร์พื้นที่ของชุมชน ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ มนุษย์ สถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมชุมชนร่วมกับกลุ่มคนในชุมชนและเจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อรวบรวมข้อมูลของชุมชนในด้านต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยสำคัญเพื่อใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์โดยการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมสำหรับสินค้าผ้าทอมือแปรรูป กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด ให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนซึ่งกระบวนการนี้จะเป็นวิธีการที่จะช่วยลด การที่ผู้ออกแบบนั้นยึดการตัดสินใจของตนเองมากกว่าความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต ส่งผลให้เกิดช่องว่างระหว่างนักออกแบบและผู้ใช้ (Gap) และวิธีการศึกษาวิจัยแบบมีส่วนร่วม ร่วมกับชุมชนนั้นยังสอดคล้องกับวิธีการเก็บข้อมูลและการสังเคราะห์เชิงลึกของ (สถาพร ถาวรธิดาสน และคณะ, 2554) เพื่อให้ได้ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ บ่งบอกถึงเรื่องราวและอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนบ้านห้วยหลิมได้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดทิศทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ตามหลักความรู้ทางด้านศิลปะและการออกแบบ ทั้งในด้าน รูปร่างรูปทรง แบบตัวอักษร จิตวิทยาทางการใช้สี ตามหลักการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ต้องมีการศึกษา ความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและสรุปแนวคิดของการออกแบบ มีการจัดกลุ่ม คัดกรองส่วนที่เหมือน และตีความใหม่ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นด้วยภาษาภาพ และภาษาสัญลักษณ์ (วุฒิชัย วิภาทานัง, 2564)

ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัย ได้ใช้กระบวนการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมและวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยสำคัญทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ สำหรับสินค้าผ้าทอมือแปรรูป กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือ ชุมชนบ้านห้วยหลิม ให้ได้ตราสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านห้วยหลิม อำเภอเชียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้นำเอา เรื่องเล่าพื้นถิ่นและพิธีกรรมทางศาสนาของชุมชน บ้านห้วยหลิม ซึ่งเป็นความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค มาตีความและถ่ายทอดออกมาเป็นภาพตราสัญลักษณ์ที่มีองค์ประกอบของพญานาคสองตนเป็นตัวแทนเพศหญิงและเพศชายเป็นฐาน และมีภาพวัดบั้งบด ซึ่งเปรียบเสมือนศูนย์รวมจิตใจคนในชุมชนอยู่ด้านบน โดยมีคำว่า “บ้านห้วยหลิม” และ “เชียงขวัญ” ประกอบอยู่บนตราสัญลักษณ์เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องในด้านพื้นที่ ซึ่งเป็นเป็นปัญหาที่คนในชุมชนต้องการให้มีการระบุให้ชัดเจนเพื่อป้องกันความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นได้ ชุดสีที่เลือกใช้เป็นสีโทนร้อนแสดงถึงพลังและความเคลื่อนไหว กระตุ้นเร้าความรู้สึกและความเป็นมนุษย์ (วันวิสาข์ พรหมจีน และอติเทพ แจ่มนาลาว, 2562) และในการออกแบบตราสัญลักษณ์นั้นเลือกใช้ สีเพียง 3 สีเนื่องจากผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่ประโยชน์ ในการนำไปใช้บนบรรจุภัณฑ์ซึ่งการใช้สีในจำนวนน้อยก็จะทำให้สะดวกต่อการนำไปใช้ทั้งในด้านการนำไปผลิตแบบสื่อสิ่งพิมพ์ หรือการนำไปใช้บนสื่อประเภทอื่น ๆ ซึ่งการมีตราสัญลักษณ์ที่ดีจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและบริการ สอดคล้องกับงานผลการวิจัย (นฤมล ญาณสมบัติ และ เจริญชัย ทองอ่อน, 2564) ที่กล่าวว่าตราสินค้าคือ ภาพลักษณ์หรือความคาดหวังที่ผู้บริโภคมีต่อ ผลิตภัณฑ์หรือบริการทั้งหมดขององค์กร มิใช่เพียงสัญลักษณ์ทางการค้าหรือโลโก้ แต่เป็นเรื่องของการสร้าง ประสบการณ์เฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ นับว่าเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยยึดหลักการออกแบบที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการออกแบบ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง ผู้ผลิต ผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่รัฐซึ่งทำหน้าที่ในการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าชุมชนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (Llagas, Brian, 2018) ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการออกแบบที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลาง ช่วยพัฒนาความเข้าใจอย่างรวดเร็วในกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เหมาะสมสำหรับสินค้าส่วนใหญ่ บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการเก็บรักษาและการใช้งาน วัสดุของบรรจุภัณฑ์เหมาะกับรูปแบบสินค้า ง่ายต่อการผลิตซ้ำ ต้นทุนในการผลิตไม่แพง ซึ่งสอดคล้องตามหลักการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าแปรรูปผ้าทอมือ 2 รูปแบบ คือ 1. ป้ายแท่งกระดาษ ขนาด กว้าง 5 เซนติเมตร ยาว 12 เซนติเมตร 2. ถุงกระดาษแบบเจาะรูสำหรับร้อยเป็นหูหิ้ว ขนาด กว้าง 32 เซนติเมตร สูง 29 เซนติเมตร ลึก 9 เซนติเมตร การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย ตราสัญลักษณ์ โลโก้ ที่อยู่สำหรับติดต่อ ตราสัญลักษณ์ขององค์กรผู้ให้ทุนสนับสนุน เพื่อให้สามารถใช้ได้กับสินค้าทุกชิ้น มีรายละเอียดข้อมูลของ ราคา ประเภท ขนาด และวันที่ผลิต และพื้นที่สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ ตามประเภทสินค้า และรายละเอียดของคำเตือนการใช้งานทั่วไปสำหรับสินค้าประเภทผ้า อยู่บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถทำหน้าที่ ส่งเสริมสินค้าให้ดูน่าซื้อยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ (เกศแก้ว ประดิษฐ์, 2561) ที่กล่าวถึงบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า บรรจุภัณฑ์นั้น

นอกจากจะมีหน้าที่หลัก ในการปกป้องและขนส่งสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์แล้ว บรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสาร การตลาดในการแนะนำให้ข้อมูล รวมถึงกระตุ้นใจ ลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของสินค้าแปรรูปจากผ้าทอมือ ของ ชุมชนบ้านห้วยหลิม จังหวัดร้อยเอ็ด จากผลการประเมินพบว่ามีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียด 3 ด้านคือ 1. ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย ความสะดวกต่อการใช้งาน ความเหมาะสมต่อรูปแบบสินค้า รูปทรงและ ขนาดที่เหมาะสมต่อการใช้งาน มีคุณภาพที่ดีช่วยปกป้องสินค้าได้ สอดคล้องกับ (องไพบูลย์กานัทร เพ็ญทิว และคณะ, 2564) ที่กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ จะต้อง สะดวกต่อการขนส่ง เคลื่อนย้ายจัดวาง ช่วยป้องกันสินค้าในบรรจุภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหาย 2. ด้านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย การให้รายละเอียดที่ครบถ้วน การใช้แบบอักษรที่อ่านทำความเข้าใจได้ง่าย มีรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน มีรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสม กับรูปแบบสินค้า สอดคล้องกับ (เมธาวิ จำเนียร, 2564) ที่กล่าวว่า การค้นหา “อัตลักษณ์” ของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความจำเป็น ต่อ การสร้างความน่าสนใจแก่ผู้บริโภค ให้มีความต้องการในการซื้อหาผลิตภัณฑ์เหล่านั้นผ่านการสื่อสารอัตลักษณ์ ผู้ประกอบการจึงควร ให้ความสำคัญกับการสร้างและสื่อสารแบรนด์ผ่านการคำนึงถึงอัตลักษณ์ของแบรนด์ ซึ่งประกอบไปด้วย หลายองค์ประกอบ เช่น ตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ เรื่องราวสื่อโฆษณาและรูปแบบการขาย เป็นต้น 3. ด้านการสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย การช่วยสร้างความประทับใจชวนให้ซื้อ การมีส่วนช่วยส่งเสริมมูลค่าให้กับสินค้า การสื่อสารถึง ผลิตภัณฑ์สินค้าได้ชัดเจน ความเป็นเอกลักษณ์จดจำง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ (วินยาภรณ์ พราหมณ์โชติ, 2563) ซึ่งกล่าวถึงวิธีการซึ่ง ช่วยในการยกระดับผลิตภัณฑ์ คือการมี บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม มีคุณภาพและการสร้างตราสินค้าที่น่าสนใจ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. รูปแบบการออกแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมที่ผู้วิจัยออกแบบนั้นสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานออกแบบประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่หรือชุมชนตามหลักการออกแบบที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการออกแบบ ซึ่งจะทำได้งานออกแบบที่ตรงตามความต้องการของชุมชนและสามารถดึงเอาอัตลักษณ์เรื่องราวของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งช่วยเอกลักษณ์และเสน่ห์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ ชุมชนสามารถ ถ่ายทอดลงไปในงานออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การงานวิจัยครั้งต่อไปหากมีการเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคลงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการออกแบบ จะเป็นส่วนช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กันต์ชนก เชีย. (2560). อิทธิพลของบรรจุภัณฑ์สินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมุนไพรเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในตำบล ศรีภูมิ จังหวัดเชียงใหม่ (บธ.ม.). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

เกศแก้ว ประดิษฐ์. (2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องพันธุ์ข้าวหอมกระดังงาที่มีผลต่อการตอบรับในเชิงพาณิชย์ของกลุ่ม วิชาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านบ่อขอ อำเภอดงดง จังหวัดนราธิวาส. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 10(2), 127-139.

ธนิตา แผลมฉลาด และ โฆสิต พงษ์สร้อย.(2563). การพัฒนาตลาดผ้าขาวม้าทอมือเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน จังหวัดร้อยเอ็ด.วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 8(3), 1153-1165.

นฤมล ญาณสมบัติ และ เจนวิทย์ ทองอ่อน. (2564). การเพิ่มมูลค่าตราสินค้าโดยใช้ตราสัญลักษณ์และเครื่องมือทางการค้า. วารสารวิชาการจัดการปริทัศน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 23(2), 281-294.

- พลเดช เขาว์รัตน์ และคณะ. (2565). การประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบในการออกแบบ วิถีทัศน์มรดกทางวัฒนธรรม ชุมชนเก่าแก่ จังหวัดมหาสารคาม. **วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 4(1), 13-24.
- เมธาวี จำเนียร. (2564). อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ กรณีศึกษา การแสดงรำไท่นกพิสด. **วารสารราชพฤกษ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**, 19(2), 1-12.
- วลัยลักษณ์ อัคริวงค์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 15(1), 88-99.
- วันวิสาข์ พรหมจัน และอดิเทพ แจ้ตนาลาว. (2562). การใช้แสงและสีทางจิตวิทยาเพื่อการออกแบบพัฒนาฉาก. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)**, 12(6), 2521-2541.
- วินยาภรณ์ พรหมณโชติ. (2563). ผ้าฝ้ายทอมือจอมทองกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ในตลาดสมัยใหม่: การวิจัยเชิงคุณภาพ. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**, 15(3), 1-10.
- วุฒิชัย วิภาทานัง. (2564). การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยไม้พันธุ์ใหม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรละลุ จังหวัดสระแก้ว. **วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร**, 12(2), 148-160.
- สถาพร ถาวรธวัช และคณะ. (2554). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมตามวิถีชุมชนลุ่มแม่น้ำท่าจีน จังหวัดชัยนาท. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยจันทระเกษม.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2562). ข้อมูลลงทะเบียน OTOP ประจำปี 2562. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2565, จาก <https://cep.cdd.go.th/otop-data/ผู้ผลิต-ผู้ประกอบการ-otop>
- หทัยชนก คตะสมบูรณ์. (2563). การพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน:กรณีศึกษา ตำบลเนินศาลา อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**, 8(2), 273-288.
- องค์การบริหารส่วนตำบลพระเจ้า. (14 มิถุนายน 2562). ข้อมูลทั่วไป: สภาพทั่วไปขององค์การบริหารส่วนตำบลพระเจ้า สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2565, จาก <https://www.phrachao.go.th/pagelist-28.html>
- องไบบัณณภัทร เพ็ญทิพย์ (พานิช) และคณะ. (2564). การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. **วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์**, 6(2), 156-166.
- อรรถศิษฐ์ พัฒนะศิริ และ วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ. (2559). สื่อสังคม และอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. **วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 4(2), 152-160.
- เอนก ไยอินทร์ และคณะ. (2564). นวัตกรรมของดีชุมชน: การต่อยอดภูมิปัญญาสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ. **วารสาร มจร การพัฒนาสังคม**, 6(2), 77-91.
- Bora. (March 12, 2022). **Community-based design**. Retrieved September 17, 2022, from <https://uxdesign.cc/community-based-design-55aaed58666d>

Debra Riley. (2015). The Impact of Packaging Design on Health Product Perceptions. **Conference: International Conference on Marketing & Business Development At: Bucharest, Romania**

IDEO.org. (2015). **The Field Guide to Human-Centered Design**. Retrieved September 15, 2022, from <https://www.designkit.org/resources/1>

Llagas, Brian. (2018). **A Human-Centred Design Approach to creating Culturally Resonant Branding and Packaging**. Retrieved September 26, 2022, from https://www.researchgate.net/publication/327895308_A_HumanCentred_Design_Approach_to_creating_Culturally_Resonant_Branding_and_Packaging